

Le tourisme en Algérie : Constats et défis à relever pour la relance du secteur

Tourism in Algeria: Findings and challenges for the recovery of the sector

Sabrina CHIKH-AMNACHE *

Université Mouloud

MAMMARI, Tizi-Ouzou, Algérie

Sabrina.chikh@yahoo.com

Reçu:30/10/2021

Accepté:25/04/2022

Publié:30/06/2022

Résumé

Dans un contexte de choc pétrolier négatif amorcé depuis juin 2014, la diversification de l'économie algérienne présente plus que jamais une véritable urgence. C'est dans cette optique que le secteur touristique est vu comme un secteur en mesure d'être l'un des leviers de rupture avec la dépendance aux hydrocarbures en Algérie. Des potentialités existent et des programmes ambitieux sont tracés, toutefois, la véritable volonté politique constitue jusque-là le chaînon manquant. Aussi, beaucoup d'insuffisances sont à l'origine du retard connu dans ce domaine en Algérie. La dynamisation de ce secteur passerait sans équivoque par l'allocation de budgets plus importants à ce dernier, par la prise en charge de la contrainte foncière, par l'amélioration du climat des affaires afin de favoriser l'investissement local et étranger.

Concrètement, les défis à relever sont nombreux : le financement, les contraintes structurelles et institutionnelles, l'insuffisance et l'inadaptation de l'infrastructure, le déficit en matière de promotion et la médiocrité en matière de communication, sans oublier les insuffisances en formation et le manque de qualification des personnels. Tout cela, dans un contexte de crise sanitaire qui affecte largement ce secteur...

Mots clés : Algérie, activité touristique, investissement, diversification économique, crise sanitaire.

Code Jel : L83, Z3

* Auteur correspondant

Abstract

In a context of a negative oil shock that began in June 2014, the diversification of the Algerian's economy is more than ever a real emergency. It is in this perspective that the tourism sector is seen as a sector able to be one of the levers of rupture with dependence on hydrocarbons in Algeria. Potential exists and ambitious programs are drawn, however, the real political will constitutes until then the missing link. Also, many shortcomings are behind the known delay in this area in Algeria. The revitalization of this sector would go unequivocally through the allocation of larger budgets to the latter, by taking charge of the land constraint, by improving the business climate in order to promote local and foreign investment.

Concretely, the challenges to be met are numerous: funding, structural and institutional constraints, the insufficiency and inadequacy of the infrastructure, the deficit in promotion and the mediocrity in communication without forgetting the insufficiencies in training and lack of qualification of personnel. All this, in a context of the health crisis which largely affects this sector...

Keywords: Algeria, Tourist activity, investment, economic diversification, health crisis.

JEL Classification Codes : L83, Z3

Introduction

Le contexte politico-économique en Algérie, résultant à la fois du choc pétrolier négatif subi depuis juin 2014 et d'une volonté irréversible des citoyens de rompre définitivement avec un mode de gouvernance basé exclusivement sur la redistribution de la rente, conjugué à la conjoncture de crise sanitaire, attirent encore plus l'attention des travaux académiques et des experts sur la vulnérabilité de l'économie algérienne.

Dans ce contexte, il est impératif de définir de nouvelles politiques macroéconomiques dans l'optique de transformer radicalement la structure de l'économie. Il s'agit d'encourager et de promouvoir l'investissement dans les différents secteurs par un processus de réindustrialisation, de modernisation de l'activité agricole et de redynamisation du tourisme.

Afin de mettre l'accent sur l'état avancé de dégradation et d'abandon de l'activité touristique en Algérie, tout en posant le curseur sur les contraintes spécifiques à notre pays, indépendamment des effets de la crise du Covid- 19, le présent travail pose la problématique suivante :

Quelles contraintes à lever pour une relance de l'activité touristique en Algérie ?

Pour traiter cette problématique, nous posons l'hypothèse suivante :

Hypothèse : Le développement du secteur touristique en Algérie est freiné par un ensemble de contraintes de natures multiples, comme il ne présente pas une priorité dans les choix stratégiques de l'économie.

Cadre méthodologique :

En vue d'apporter des éléments de réponse à la problématique posée dans ce travail et afin de vérifier l'hypothèse qu'il pose, nous rappellerons d'abord, brièvement quelques éléments de définition des notions se rapportant à l'activité touristique, en passant en revue les déterminants de la demande et de l'offre touristiques, en soulignant aussi les effets d'entraînement que le tourisme peut avoir sur les activités qui lui sont connexes et sur l'économie en général. Dans ce cadre, nous ferons une synthèse de quelques travaux se rapportant au tourisme en Algérie, afin d'élaborer un état de l'art, en s'appuyant principalement sur des ouvrages et des articles académiques.

En tenant compte de la nature qualitative de l'étude, nous analyserons des informations fournies par le Ministère du tourisme et de l'artisanat et par l'ONS et les données du rapport du Forum économique Mondial de

2019. Par ailleurs, les résultats de cet article reposent sur les données recueillies grâce à des entretiens semi-directifs avec des responsables des secteurs de l'hôtellerie et du tourisme, des responsables d'agences touristiques et des prestataires de services dans ce secteur. L'analyse et la discussion des informations recueillies sur le terrain nous permettent de souligner les contraintes particulières qui se posent à ce secteur et mettre en exergue clairement les défis à relever dans le cas algérien, auxquels s'ajoute l'impact de la crise sanitaire qui affecte le monde.

Premièrement – Notions relatives à l'activité du tourisme

Les limites de la définition de l'activité touristique sont difficiles à préciser clairement, toutefois, il est possible de revenir dans le point suivant sur quelques éléments de définition du tourisme. Par la suite, le curseur sera posé sur la demande et l'offre touristiques pour terminer avec les effets d'entraînement de l'activité touristique sur le reste de l'économie.

1.1.Eléments de définition de l'activité touristique

Retenons à priori que le secteur touristique est directement relié au secteur tertiaire. Il s'agit de satisfaire par-là un ensemble de besoins spécifiques qui sont essentiellement : le loisir, la recherche du repos, la recherche de nouveaux contacts, les besoins culturels, le dépaysement, etc. (Sellal, 1980). Cette définition nous mènerait à considérer ce service comme étant un service de luxe, à élasticité revenue élevée et donc à placer au sommet de la pyramide de Maslow.

Aussi, le tourisme est lié à d'autres services connexes et complémentaires, tel que le transport, l'hébergement et la restauration.

D'une manière plus pointue, l'Organisation Mondiale du Tourisme considère comme activité touristique tout déplacement d'un individu en dehors de son lieu de résidence habituel, pour une période dépassant une journée (24 heures), mais n'atteignant pas un an. Un déplacement qui s'effectue dans les conditions précitées décrit donc le touriste. Par contre, si l'individu n'atteint pas 24 heures dans le lieu d'accueil, il serait considéré comme étant un excursionniste.

Globalement, le touriste peut se justifier par l'un des motifs suivants : la détente, les visites, les motifs professionnels et affaires, les soins, les motifs religieux...

1.2.Déterminants de la demande touristique

Sur le marché du tourisme qui est la confrontation entre l'offre et la demande touristiques, il est possible de souligner que les éléments qui déterminent la demande du consommateur sont d'abord psychologiques, liés aux goûts et aux préférences de l'individu. Aussi, il faut souligner l'importance du revenu comme facteur économique, lié directement au niveau de vie de l'agent considéré et à son pouvoir d'achat. En outre, les prix et les tarifs appliqués présentent un élément de décision. Sans négliger le poids de la concurrence et de la substitution.

1.3.Notion d'offre touristique

Il est possible de définir l'offre touristique comme étant la quantité de biens matériels et de services du domaine touristique mis à la disposition du consommateur, en contrepartie d'un prix fixé par le marché, dans un contexte de libre concurrence. Il s'agit là, de considérer également, les biens et services connexes qui peuvent répondre aux besoins de ces mêmes touristes consommateurs.

Dans cette lignée, il faut noter qu'afin de répondre à la demande touristique, il est nécessaire d'investir dans tous les domaines qui répondent à ses demandes complémentaires (le transport, l'hôtellerie et la restauration essentiellement). Tout en mobilisant et en exploitant les ressources existantes dans l'espace considéré : ressources naturelles, ressources humaines, ressources sociales et valeurs culturelles et politiques (Boudjani, Djamane- Segueni, 2014).

1.4. Effets d'entraînement de l'activité touristique sur l'économie

Concrètement, il est difficile de distinguer entre les biens et les services destinés aux touristes et ceux destinés aux consommateurs locaux car ils sont utilisés conjointement par les touristes et les habitants locaux (Leiper, 1993). Toutefois, il serait aisé de détecter la prolifération de l'offre de tout type de biens et de services dans une région dite touristique. Le tourisme est donc un prescripteur important pour le développement de l'activité des services en général.

En outre, il est important de souligner que le concept d'industrie touristique est rejeté au regard de (Boyer, 2003) qui considère que le tourisme est un secteur de service et pas une industrie, dans le sens où ce secteur ne procède pas à la transformation des matières premières (l'eau, l'air, la neige...), comme il ne procède pas à la distribution des produits aux consommateurs, c'est plutôt ces derniers qui viennent vers eux.

Plusieurs activités sont associées au tourisme, ce qui justifie les effets d'entraînement que cette activité peut avoir sur le reste de l'économie, bien que ces effets restent difficiles à mesurer et à quantifier.

Dans la même lignée d'idées, (Cherif, 2017) estime que le tourisme est un investissement productif qui permet de dynamiser les autres secteurs de l'économie, notamment dans le cas des économies des pays en voie de développement. Cela, à travers plusieurs mécanismes, tels que : La création de la croissance économique, la contribution au PIB, la création des emplois, l'attractivité des investissements, les transferts de technologie, la réduction des déséquilibres macroéconomiques globaux (dont celui de la balance des paiements), la réduction des situations de déficit budgétaire par les apports en devise occasionnés par les exportations des services touristiques...

Deuxièmement- Etat des lieux et défis à relever pour relancer le secteur du tourisme en Algérie : Analyse et Discussion

Dans cette partie, nous passons d'abord en revue un état des lieux du tourisme en Algérie, en donnant quelques indicateurs macroéconomiques de l'activité touristique. Ensuite, un aperçu historique des politiques touristiques mises en œuvre en Algérie sera présenté. Enfin, nous terminerons par la discussion des résultats obtenus grâce à la collecte des informations sur le terrain.

2.1. Etat des lieux et quelques indicateurs macroéconomiques de l'activité touristique en Algérie

La valorisation des potentialités algériennes pourrait être à l'origine d'une activité touristique étendue et prospère. Dans ce domaine, les potentialités algériennes résident dans la beauté et la diversité des paysages. Il y a lieu de distinguer trois grands ensembles constituant le relief de l'Algérie : au nord, le tell ; au centre, les hauts plateaux et l'atlas saharien et au sud le Sahara. Sans oublier les sources thermales qui de par leurs spécificités, elles offrent de larges possibilités d'être exploitées pour répondre aux besoins spécifiques de repos, de détente ainsi que des soins (Sellal, 1980).

Historiquement, l'activité touristique en Algérie, durant la décennie 1990 a connu un recul important à cause de la situation sécuritaire du pays. Par la suite, et de par la qualité institutionnelle et de gouvernance, durant les décennies 2000 et 2010, ainsi que la prévalence du souci de carrière des responsables successifs et de leurs staffs, les chiffres officiels fournis dans un tel contexte ne peuvent avoir une grande

crédibilité, comme ils ne peuvent être utilisés qu'accessoirement dans les travaux de recherche, en général.

En revanche et dans le monde, la place qu'occupe un pays en matière de compétitivité et d'attractivité est objectivement définie grâce à un ensemble de critères mesurables. Dans ce qui suit, nous nous baserons sur le rapport du Forum économique mondial (WEF) de 2019, pour illustrer notre élaboration de l'état des lieux en matière de tourisme en Algérie.

En effet, en matière de compétitivité touristique, l'Algérie est classée à la 116^{ème} place sur un ensemble de 140 pays selon le rapport WEF-2019 (118^{ème} sur 138 en 2017). Ce classement est établi selon un ensemble de critères qui sont essentiellement : la sécurité, la santé, l'hygiène, l'ouverture sur l'étranger, la valorisation des ressources naturelles, l'environnement durable, les ressources culturelles, le marketing touristique, le niveau des prix, les ressources humaines qualifiées, les infrastructures routières et aéroportuaires, les services touristiques, la compétitivité des prix...

Selon ce rapport, l'Algérie obtient le score de 3,1 et c'est le score le plus faible en Afrique du Nord, puisque le Maroc et l'Égypte obtiennent un score de 3,9 ; tandis que la Tunisie obtient un score de 3,6. Ce rapport nous indique le classement suivant pour l'Algérie :

- 118^{ème} sur les facteurs de l'environnement des affaires ;
- 132^{ème} sur la priorisation du secteur des voyages et du tourisme ;
- 136^{ème} sur l'infrastructure de service pour les touristes ;
- 133^{ème} sur la durabilité environnementale ;
- 126^{ème} sur les ressources naturelles ;
- 139^{ème} sur l'ouverture internationale ;
- 8^{ème} sur la compétitivité des prix. Ce dernier facteur est principalement dû à la dévaluation du dinar algérien.

A titre comparatif, la recette touristique en Algérie est estimée à 300 millions de dollars, en 2017, alors que celle de l'Afrique du Sud (première place en Afrique) est de plus de 8 milliards de dollars.

Dans la région Moyen-Orient / Afrique du Nord, l'Algérie devance un seul pays, le Yémen, mais enregistre la meilleure progression en termes de santé et d'hygiène et de priorisation du secteur des voyages et du tourisme.

En matière d'indicateurs, le site du Ministère du tourisme et de l'artisanat et l'Office National des Statistiques publient régulièrement des statistiques permettant de rendre compte des grandes tendances de l'évolution dans ce secteur en Algérie.

Nous mettons en relief dans ce qui suit cette évolution pour la période allant de 2015 à 2018 pour rendre compte de la situation du secteur à la veille de la pandémie ayant impacté lourdement ce dernier.

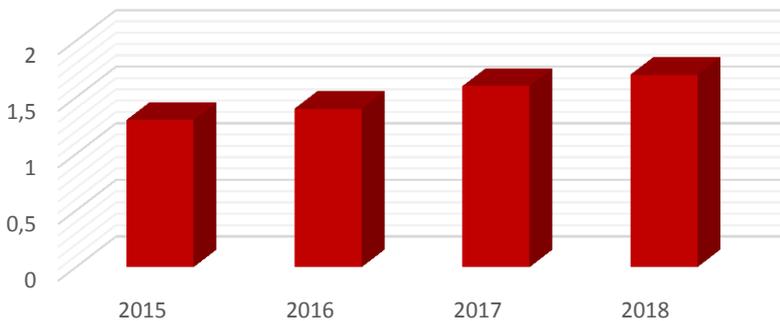
Tableau N° 1 : Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB (Branche hôtels, cafés et restaurants)

ANNEES	2015	2016	2017	2018
Part du tourisme dans le PIB (%)	1,3	1,4	1,6	1,7

Source : Données du Ministère du tourisme et de l'artisanat.

Pour une meilleure lecture, consultons la figure suivante.

Figure N° 1 : Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB (Branche hôtels, cafés et restaurants)



Source : Réalisée à partir du tableau N°1

Le tableau N° 1 et la figure N° 1 montrent que de 2015 à 2018, la part du secteur du tourisme dans le PIB enregistre une légère croissance.

S'agissant du critère du nombre d'emplois créés, durant la période allant de 2015 à 2018, il fera le contenu du tableau suivant :

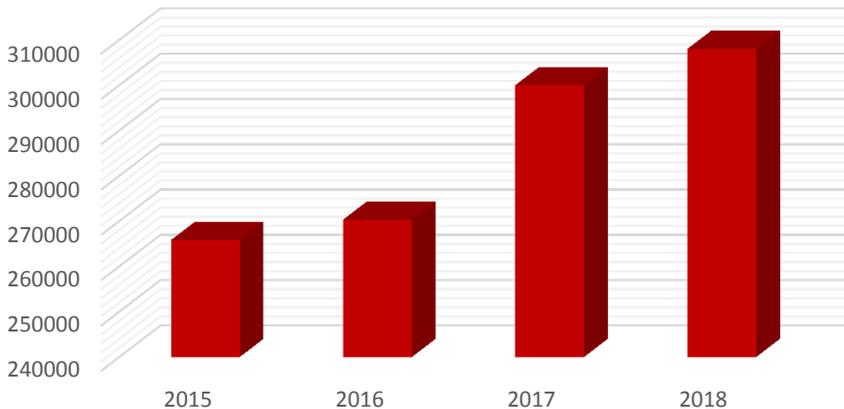
Tableau N° 2 : Evolution du nombre d'emplois créés dans le secteur du tourisme (Branche hôtels, cafés et restaurants)

ANNEES	2015	2016	2017	2018
Nombre d'emplois	265803	270317	300000	308027

Source : Données du Ministère du tourisme et de l'artisanat.

Ce tableau est mieux illustré par la figure suivante :

Figure N° 2 : Evolution du nombre d'emplois créés dans le secteur du tourisme (Branche hôtels, cafés et restaurants)



Source : Réalisée à partir du tableau N°2

Le tableau N° 2 et la figure N° 2 montrent que la période allant de 2015 à 2018 enregistre une hausse assez significative en matière de nombre d'emplois créés dans le secteur touristique. Soulignons à ce niveau que les emplois créés dans un cadre informel ne sont pas pris en ligne de compte dans les statistiques officielles.

Nous retenons ici que l'évolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB (Branches hôtels, cafés et restaurants) et l'évolution du nombre d'emplois créés dans le secteur du tourisme (Branche hôtels, cafés et restaurants), pour la période allant de 2015 à 2018, permettent de conclure sur la tendance positive de la variation des chiffres à la veille de la crise sanitaire venant fragiliser ce secteur.

2.2. Historique des politiques touristiques mises en œuvre en Algérie

Juste après l'indépendance du pays, l'Algérie entame en 1966 une politique de tourisme à la fois ambitieuse et audacieuse. Le Conseil des ministres de l'époque adopte une charte du tourisme dans laquelle est

prévu de construire 7 pôles touristiques d'excellence, tout en privilégiant le tourisme balnéaire, de montagne, forestier, saharien et d'affaires, essentiellement.

A la fin des années 1970, l'offre touristique de l'Algérie dépassait largement celle de ses voisins les plus proches, à savoir : la Tunisie et le Maroc. En effet, durant les années 1970, le flux de touristes étrangers augmentait de près de 10 % chaque année. Durant la période précitée, *Alger la blanche* à elle seule, était une destination très attractive pour des touristes de nombreuses nationalités. Ainsi, les revenus provenant du secteur du tourisme représentaient 12 % des recettes globales.

Quatre ans après la mise en place de ladite charte du tourisme, l'attractivité de l'Algérie pour les étrangers devient remarquable. En effet, les charters provenant de l'étranger atterrissent sur le sol algérien pour des séjours aux complexes de thalassothérapie à Sidi Fredj, Moretti, Zéralda, Tipasa, Club Med, Matares, les Andalouses à Oran, les Hammadites à Tichy, El Mourdjane à El Kala, le Rocher à Séraïdi, le Plaza international à Annaba, les Zianides à Tlemcen, et enfin les hôtels sahariens (Biskra, Bou Saada, El Oued, Touggourt, Ouargla, Ghardaïa, Laghouat, El Goléa, Timimoun, Béni Abbes, Taghit, Béchar, Aïn Sefra...), selon des anciens professionnels de l'hôtellerie et du tourisme.

En revanche, dans les années 1980, les choix des pouvoirs publics ont été réorientés vers une politique de repli sur soi. Dans cet esprit, le tourisme fut orienté exclusivement vers l'intérieur dans le cadre d'une politique de tourisme de masse. Les experts du secteur soulignent que l'Algérie fut le seul pays de la Méditerranée à avoir donné la directive de ne pas renouveler les contrats avec les tour-opérateurs qui étaient les principaux pourvoyeurs en touristes étrangers. A cette période, les pouvoirs publics estimaient que le tourisme doit se limiter à répondre aux besoins des populations locales, car le problème d'attirer des revenus extérieurs en devise ne se pose pas dans un contexte de hausse des cours pétroliers.

Plus tard, le choc pétrolier négatif de 1986 qui était à l'origine de la crise économique, le PAS (Plan d'Ajustement Structurel) et la décennie de terrorisme et d'insécurité des années 1990 finiront par dissuader de plus en plus l'activité touristique en Algérie, en impactant lourdement l'image internationale du pays. Les problèmes structurels, aggravés considérablement pendant les deux dernières décennies, ne permettaient aucunement une quelconque redynamisation du secteur du tourisme. En effet, les discours récurrents des officiels n'ont pas d'impact dans un contexte d'absence de volonté politique.

Par la suite, le marché intérieur rencontre des dysfonctionnements et des déséquilibres en matière d'offre et de demande. Aussi, les sites et joyaux touristiques se dégradent à cause du manque de l'entretien et de la rénovation. En outre, le vieillissement des compétences et les processus de désapprentissage affectent négativement la qualité de la main- d'œuvre travaillant dans le domaine en question. Cela étant, les territoires deviennent de moins en moins attractifs et les agences de voyages deviennent des pourvoyeurs de touristes algériens pour des pays étrangers.

Ce n'est qu'en 2001 et dans un objectif de diversifier l'économie algérienne et de trouver des leviers de rupture avec le secteur des hydrocarbures que la question touristique semble avoir été dans les préoccupations des pouvoirs publics et ce n'est qu'en 2008 qu'une politique du tourisme fut définie. Ainsi, le Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique (SDAT) fut adopté.

Dans cet ordre d'idées, retenons que la période allant de 2001 à 2014 est dite une période de relance économique et d'intégration de la dimension environnementale. Il convient de rappeler qu'il s'agissait d'une période d'aisance financière, notamment avec la hausse des cours pétroliers à partir de 2003. Aussi, le pays assiste au retour progressif à la sécurité après la décennie noire, ayant freiné remarquablement l'activité touristique en général.

Cette période a connu la mise en place d'un ensemble de mécanismes financiers et fonciers afin de promouvoir l'investissement dans le secteur touristique. A titre indicatif, retenons les facilitations des crédits accordés aux investisseurs dans l'activité touristique, ainsi que les efforts fournis en matière de facilitation de l'accès au terrain constructible dans les ZET (Ghodbani T., Kansab O. et Kouti A., 2016).

2.3. Entraves au développement de l'activité touristique en Algérie

Les entretiens que nous avons effectués nous ont permis de scinder les obstacles rencontrés dans le secteur en question en cinq catégories que nous développons dans les points suivants :

2.3.1. Contraintes structurelles et institutionnelles

Concrètement, une politique touristique nationale gagnerait à être menée par l'ensemble des ministères, au regard des interactions et connexions existant entre les différents secteurs de l'économie et le secteur du tourisme : l'industrie, l'agriculture, le transport, la culture...Par contre, dans le cas de l'Algérie, seul le ministère du

tourisme et de l'artisanat ont la charge de cette mission indépendamment des autres départements du gouvernement.

Le plan de relance économique 2020-2024 rappelle qu'au niveau national, 225 ZET sont créées sur une superficie totale de 56472 ha, dont 166 ZET dans 14 wilayas littorales ; 36 ZET dans 12 wilayas des hauts plateaux et 23 ZET dans 8 wilayas du Sud. Cependant, en général, la qualité des institutions, le climat de l'investissement et la corruption généralisée sont des facteurs qui dissuadent les investisseurs dans tous les domaines y compris le tourisme. Aussi, les modes de gouvernance et les pratiques clientélistes et corruptives devenues systématiques à tous les niveaux de l'administration de l'Etat poussent les investisseurs à quitter le secteur du tourisme et à se réorienter vers des activités plus lucratives sur le court- terme, souvent dans le cadre de l'informel.

Par ailleurs, la lenteur dans la réalisation des projets définis dans les plans d'aménagement touristiques dénote l'absence d'une réelle volonté politique à relancer ce secteur. Souvent, ce choix est justifié par la dépendance du pays vis-à-vis des hydrocarbures et cette problématique est traitée sous l'angle du syndrome hollandais (Amnache- Chikh, 2015). Dans ce contexte, il faut remarquer que certaines ZEST sont encore à l'état de défrichage, d'autres sont abandonnées carrément. Ajouté à cela, le problème de gel foncier et celui de l'accapuration de concessions douteuses pour objectif de spéculation et de gain facile (achat et revente)...

Par ailleurs, et toujours dans le cadre des contraintes institutionnelles, il convient de noter que les procédures d'octroi des visas d'accès en Algérie pour les étrangers et les multiples réticences et lenteurs administratives ne favorisent guère la venue des touristes de l'extérieur.

2.3.2. Une infrastructure insuffisante et inadaptée

Le développement de l'infrastructure hôtelière et touristique de manière générale a connu un ralentissement préjudiciable avec des effets néfastes sur les capacités d'accueil des touristes.

Selon le Ministère du tourisme et de l'Artisanat, la capacité litière dans les hôtels balnéaires et urbains des wilayas côtières est passée de 67000 lits en 2017 à 74000 lits en 2018, soit une évolution de +7000 lits supplémentaires. Aussi, il est possible de compter approximativement un total de 110.000 lits en 2018. Cependant les professionnels du secteur soulignent que les besoins à la même période dépassaient de loin cette capacité. Ce qui constituerait une contrainte au développement d'une nouvelle dynamique touristique.

Dans le Sud, des opérateurs et des professionnels considèrent que les zones aménagées pour recevoir les touristes sont mal conçues et peu adaptées au tourisme saharien. L'Etat gagnerait à accorder une certaine liberté aux opérateurs en matière de configuration des infrastructures hôtelières et résidentielles, afin de leur permettre d'innover dans ce domaine en leur offrant un environnement favorable à cela (Guenanfa, 2018).

Il faut remarquer que les cinq villages touristiques, qui allaient servir de catalyseurs à la réalisation des objectifs du SDAT, n'ont pas été construits. Au départ, ce projet allait se concrétiser dans le cadre d'un partenariat avec les pays du Golf qui ont exigé préalablement l'achat de la côte algérienne et c'est probablement la raison de l'échec de l'opération.

Une part importante des 1622 km de côte ne peut être exploitée dans un cadre touristique (terres agricoles, criques rocheuses, plages sablonneuses...). Par ailleurs, plus de 300 plages sont interdites à la baignade car elles ne sont pas sécurisées, comme elles sont polluées (Guenanfa, 2018).

Il est possible de souligner qu'au niveau national, nous constatons l'insuffisance des espaces de détente et de distraction sur les routes, ajouté à cela un transport public archaïque et généralement vétuste qui n'est pas en mesure de répondre à la demande ni quantitativement, ni qualitativement.

Dans l'ensemble, le retard dans le domaine touristique est largement dû au poids du secteur des hydrocarbures dans l'économie algérienne. En effet, la dépendance du secteur pétrolier se fait au détriment de l'investissement dans les autres secteurs de l'économie (Amnache-Chikh, 2015). Dans un tel contexte, l'investissement dans le secteur touristique n'est pas encouragé : insuffisance, voire absence des mesures incitatives à l'égard des agriculteurs et des collectivités rurales pour développer l'agrotourisme, l'écotourisme, le tourisme de ferme... Aussi, les entraves bureaucratiques, la qualité institutionnelle et le climat des affaires en général, dissuadent dans une grande mesure les investisseurs dans ce domaine (Lamiri, 2013).

En matière d'infrastructures ou plus globalement, en matière du foncier, le plan de relance économique 2020-2024 souligne que l'investissement dans le secteur touristique est confronté à une contrainte qui constitue une importante barrière à l'entrée, il s'agit de l'accès au foncier. Il devient urgent de lever ces barrières pour permettre une

allocation optimale des ressources et un marché concurrentiel qui serait à l'origine de plus de compétitivité à la fois sur les plans quantitatifs et qualitatifs, tout en étant au diapason des standards internationaux dans ce domaine.

A cet égard, ce plan avait porté sur des recommandations opérationnelles pertinentes, si vraiment elles pouvaient être mises en œuvre. Notons que ceci ne peut se concevoir à court terme à cause de la pandémie ayant frappé le monde ; toutefois, ces différentes mesures restent à mettre en place sur le moyen et le long terme en fonction de l'évolution de la situation de crise.

A cet effet, les enjeux futurs seraient de :

- Consolider le développement des ZET en renforçant leur aménagement et en améliorant leur gestion ;
- Revoir les mécanismes de distribution du foncier touristique, en mettant notamment un terme à sa distribution par l'administration, afin de permettre d'alléger la contrainte foncière rencontrée souvent par les investisseurs dans ce domaine ;
- Elargir le rôle, les missions et les prérogatives de l'Agence Nationale de Développement du Tourisme (ANDT) en matière de veille à la préservation du foncier touristique pour acquérir le statut d'un aménageur- développeur capable de mettre en place des ZET et de les soumettre aux investisseurs dans le cadre des règles du marché.

2.3.3. Insuffisance en matière de formation et de qualification du capital humain

Il est frappant, même pour un touriste local, de constater le manque de professionnalisme chez les employés du secteur et souvent l'absence de qualification. Dans ce domaine aussi, les retards accumulés sont considérables.

Il n'existe à ce jour, hormis l'ouverture récente d'une académie du tourisme, que trois (3) écoles spécialisées dans la formation hôtelière : l'école nationale supérieure du tourisme d'Alger (ENST), l'institut des techniques d'hôtellerie et du tourisme de Tizi- Ouzou (ITHT) et le centre d'hôtellerie du tourisme de Boussaâda (CHT), toutes créées dans les années 1970.

L'offre des places pédagogiques est approximativement de 900 places de formation, alors que le besoin dépasse les 10.000 places en se limitant seulement aux métiers directement liés au tourisme d'après de nombreux

experts. Par ailleurs, des instituts de formation privés dans les métiers de l'hôtellerie et du tourisme ont été créés, mais il se trouve que la qualité de la formation est nettement meilleure dans les trois écoles publiques au regard des professionnels du secteur qui ont eu à comparer les compétences acquises par les différents stagiaires.

2.3.4. Déficit en matière de communication

Il suffit de parcourir le site officiel du ministère du tourisme pour se rendre compte de l'existence d'un déficit important en matière de communication et de diffusion de l'information officielle.

De plus, à l'exception de quelques renseignements provenant de l'initiative privée, il n'existe pour ainsi dire aucune institution ou portail web fiable en matière d'information du touriste quant aux différentes destinations, établissements, qualité des prestations, etc.

Les entretiens avec les professionnels du tourisme nous ont permis de noter que le système de classification des établissements touristiques a été abandonné depuis des décennies et que ces derniers s'attribuent eux-mêmes le nombre d'étoiles juste en conformité avec quelques règles relatives aux battisses (parking, le nombre de mètres carrés par chambres, douches individuelles, etc.), c.-à-d. liées à l'infrastructure et non au service et à sa qualité.

Par ailleurs, l'information disponible est donnée exclusivement en trois langues (arabe, kabyle et français) tout au plus et souvent en une seule, alors qu'il est nécessaire de la dispenser en plusieurs langues, si l'on cible une clientèle étrangère.

Les agences de voyages, ailleurs fer de lance de la promotion touristique d'un pays, jouent en Algérie le rôle de pourvoyeurs de touristes algériens vers des destinations étrangères et surtout dans le cadre du pèlerinage. Le pilier principal de la promotion touristique se retrouve englué dans des courses aux visas, dans le transfert au noir des ristournes dues aux agences touristiques, hôtels et voyagistes étrangers à cause d'une politique de change inadaptée et obsolète...Les agences de voyage sont le parent pauvre du tourisme algérien, selon les experts interviewés.

Le développement du web et des réseaux sociaux et plus globalement l'usage du e- tourisme, ainsi que le rôle qu'ils peuvent jouer dans la promotion des destinations et de l'attractivité territoriale n'a pas eu d'effet sur cette activité en Algérie et est resté à un stade primaire malgré quelques progrès timides dans le secteur privé.

Dans le même sillage, il convient de faire remarquer l'insuffisance, voir l'absence d'outils et de moyens de communication et de diffusion de l'information sur le marché touristique algérien : les cartes, les guides et les prospectus au niveau des aéroports et des hôtels, à titre d'exemples (Chiha K. et Cherief D.E., 2017).

Cependant, à ce sujet, remarquons que le développement des moyens technologiques qui sont généralement à la portée des touristes, constituent une excellente alternative à ce problème : A titre indicatif, citons l'utilisation du Géo-Positionnement par Satellite (GPS) comme assistant de navigation, ainsi que la visualisation des vidéos se rapportant aux lieux visités par le touriste en question, sur internet (villes, sites touristiques...).

2.3.5. Poids de la crise sanitaire (Covid-19) sur le tourisme

La crise sanitaire est à l'origine de la réduction de la mobilité des individus afin de réduire la propagation du virus Covid-19. Ce qui a mis en péril l'activité touristique dans le monde. Par effet d'entraînement, toutes les activités connexes au tourisme sont affectées par l'arrêt de ce dernier. Il s'agit essentiellement du transport, de l'hébergement, de la restauration, des services des agences touristiques...

A titre indicatif, l'activité des agences touristiques a été considérablement réduite, notamment pour le tourisme culturel qui constituait l'essentiel de leur chiffre d'affaire.

Dans un tel contexte, les fortes inquiétudes sanitaires sont à l'origine de la réduction massive de la mobilité des individus à la fois à l'intérieur du pays mais aussi à l'étranger. En effet, la fermeture des frontières et le confinement restent les premières mesures prises dans la plupart des pays afin de limiter la propagation du virus.

Il est à noter que la reprise de l'activité touristique dépend largement de l'évolution de la situation sanitaire et que ce secteur n'a pas de visibilité à court et à moyen terme notamment. Actuellement, le tourisme international est à l'arrêt et le tourisme domestique rencontre de fortes contraintes (Blanc, 2021).

Toutefois, la réorientation de l'activité touristique vers le tourisme domestique semble être un choix rationnel, dans un premier temps, dans le sens où les périodes de baisse du nombre de cas enregistrés de covid ne signifient pas encore la fin de la crise sanitaire. Désormais, c'est de la dynamisation de tourisme local que dépendra dans un premier lieu la relance de ce secteur en période dite de Post- Covid.

Conclusion

En dépit d'un paysage naturel varié et géographiquement important, d'une expérience riche dans le développement touristique dans les années 1970 et d'un potentiel en ressources humaines considérable, nous constatons l'ampleur des manques à gagner dus aux choix d'orientation de politiques économiques non appropriées.

C'est ainsi que l'abandon du secteur du tourisme par l'Etat a entraîné une dégradation avancée des sites classés précédemment comme des pôles d'excellence, un non renouvellement de la main d'œuvre qualifiée, un abandon des sites naturels par manque d'entretien, un abandon des lignes aériennes à destination des sites touristiques et un abandon du réseau international des tour-opérateurs pourvoyeurs de touristes étrangers en Algérie.

Par ailleurs, la faiblesse de l'investissement, autre que public, ne concerne pas uniquement le secteur touristique mais l'ensemble de l'économie car aucune visibilité, ni garantie de stabilité juridique n'est offerte aux investisseurs.

En effet, les pouvoirs publics à partir de 1980 avaient décidé de réorienter l'activité économique vers principalement l'exportation des hydrocarbures et la satisfaction de la consommation interne, ceci a favorisé les entreprises et les secteurs étrangers au détriment du développement d'une économie nationale diversifiée.

A la veille de la crise sanitaire et face à une situation économique qui est déjà très complexe, les pouvoirs publics se trouvent devant le défi de développer une nouvelle politique économique et une nouvelle politique sectorielle et mettre à niveau les outils institutionnels et techniques nécessaires à la réalisation de cet objectif.

En revanche, la crise de la Covid-19 ayant frappé le monde a imposé des confinements et une intense réduction de la mobilité des individus, afin de limiter la propagation du virus. Ce qui a affecté lourdement l'activité économique en général et l'activité touristique en particulier. Dès lors, soulignons que le développement ultérieur de l'activité touristique dépend, au-delà de toutes mesures, de l'évolution de la pandémie à la fois dans le monde et en Algérie...

En somme, les éléments fournis dans le présent article permettent de vérifier l'hypothèse qu'il pose, puisque effectivement les entraves au développement du secteur touristique sont nombreuses et de différentes natures, à savoir : des contraintes structurelles et institutionnelles, une

infrastructure insuffisante ou inadaptée, la qualité de la formation et le manque de qualification et le déficit de promotion et la médiocrité en matière de communication. A cela s'ajoute le poids de la crise sanitaire. Sans oublier la dépendance de l'économie algérienne vis-à-vis du secteur des hydrocarbures qui ralentit le processus de diversification du tissu économique en général et qui freine l'émergence de toute activité touristique dynamique, particulièrement.

Recommandations

Le présent article nous a permis d'aboutir à un ensemble de recommandations, à savoir :

- Améliorer le climat de l'investissement en Algérie, afin de permettre une meilleure attractivité et une meilleure compétitivité du secteur touristique ;
- Investir davantage dans l'infrastructure afin de l'adapter aux standards internationaux et aux attentes des touristes ;
- Investir davantage dans la formation et le recyclage du capital humain, tout en le familiarisant avec les techniques relatives à la créativité et l'innovation ;
- Sensibiliser les institutions étatiques et privées, les personnels hôteliers et touristiques, ainsi que l'environnement proche de l'activité en question à la culture et aux valeurs touristiques universelles ;
- Entamer une réflexion sur la gestion du secteur en temps de crises, en anticipant sur les mesures à prendre afin d'amortir ou de contourner les méfaits d'un éventuel dysfonctionnement.
- Effectuer un travail d'investigation créatif sur des produits touristiques originaux et innovants qui pourraient répondre aux besoins des clients en situations nouvelles de crises économiques, de pandémies, de contexte géopolitique...

Liste des Références

1. BLANC J.-M. (2021), « Le tourisme post-Covid-19 : perspectives à l'horizon 2021, Vers un tourisme raisonné? », In *Futuribles International*, disponible sur : <https://www.futuribles.com/fr/document/le-tourisme-post-covid-19-perspectives-a-lhorizon-/>, consulté en septembre 2021.
2. BOUDJANI M., DJAMANE- SEGUENI N. (2014), « Le tourisme en Algérie. Éléments critiques pour une politique future de tourisme durable », In *Revue algérienne d'économie et gestion*, Volume 7,

- Numéro 1, Pages 5-26, disponible sur : <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/154/7/1/6773>, consulté en septembre 2021.
3. BOYER M. (2003), «Le tourisme en France », Editions EMS, Paris.
 4. CHERIF K. (2017), « Economie du tourisme – un investissement d’avenir pour l’Algérie », Casbah Editions, Alger.
 5. CHIHA K. et CHERIEF D.E. (2017), « Le Tourisme En Algérie : Un Secteur En échec », In Revue d’études économiques, Volume 9, Numéro 19, Pages 443-452, disponible sur : <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/417/7/1/86469>, consulté en Janvier 2021.
 6. CHIKH- AMNACHE S. (2015), « Le Syndrome hollandais : aspects théoriques et vérification empirique, en référence à l’économie algérienne », Thèse de Doctorat ès Sciences Economiques, Université Mouloud MAMMERI, Tizi- Ouzou, disponible sur : <https://docplayer.fr/63443172-These-en-vue-de-l-obtention-du-diplome-de-doctorat-es-sciences-discipline-sciences-economiques.html>.
 7. CHIKH- AMNACHE S. (2017), « L’activité touristique en Algérie : Réalité et perspectives de développement » ; In Revue El- Bahith ; N° 17 /2017, ISSN : 2437- 0843, disponible sur : <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/7/17/17/34460>.
 8. GHODBANI T., KANSAB O. et KOUTI A. (2016), «Développement du tourisme balnéaire en Algérie face à la problématique de protection des espaces littoraux. Le cas des côtes mostaganemoises», Études caribéennes, 33-34, disponible sur : <http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/9305>, consulté en Septembre 2021.
 9. GUENANFA H. (2018), « Algérie : mais pourquoi le tourisme ne décolle-t-il pas ? », In Le point Economie, disponible sur : https://www.lepoint.fr/economie/algerie-mais-pourquoi-le-tourisme-ne-decolle-t-il-pas-page-2-28-10-2018-266709_28.php, consulté en Février 2021.
 10. JORADP N° 11, publié le 19 février 2003, article 2 relatif aux dispositions générales.
 11. LAMIRI A. (2013), « La décennies de la dernière chance, émergence ou déchéance de l’économie algérienne ? », CHIHAB EDITIONS, Alger.
 12. LEIPER N. (1993), « Defining tourism and related concepts: tourist, market, industry and tourism system », in VNR’S Encyclopedia of hospitality and Tourism, New York, p. 539- 558.
 13. Ministère de l’aménagement du territoire, de l’environnement et du tourisme (2008) ; Schéma directeur d’aménagement touristique 2025. Phase 1, 2, 3, 4.

14. République Algérienne Démocratique et Populaire, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Saison Estivale, Juin 2018, disponible sur : <https://www.interieur.gov.dz/images/Presentation-de-Monsieur-Ahmed-Said-respresentant-du-Ministère-du-tourisme-et-de-l'artisanat.pdf>, consulté en Janvier 2021.
15. République Algérienne Démocratique et Populaire, Services du Premier Ministre, Plan de relance économique, 2020-2024, Décembre 2020, 200 pages, disponible sur : <http://www.premier-ministre.gov.dz/ressources/front/files/pdf/plans-d-actions/bilan-2021/Plan%20de%20relance%20%C3%A9conomique%202020-2024-fr.pdf>, consulté en Janvier 2021.
16. SCHWAB Klaus, World Economic Forum, «The Global Competitiveness Report 2019», Disponible sur : https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf, Consulté en Janvier 2021.
17. SELLAL M. (1980), « Production touristique », Société nationale d'édition et de diffusion, Alger.